



## La participació ciutadana en els Jocs Olímpics

Roy Panagiotopoulou

Col·lecció Lliçons universitàries | 20



Centre d'Estudis Olímpics  
Universitat Autònoma de Barcelona

Aquesta obra ha estat publicada com a part del projecte educatiu del Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB), *Lliçons universitàries olímpiques*, promogut a través de la Càtedra Internacional d'Olimpisme (CIO-UAB). El projecte té com a objectiu oferir l'accés en línia a textos elaborats per experts internacionals i dirigits a estudiants universitaris i professors que tracten sobre les principals temàtiques relacionades amb els Jocs Olímpics.

Aquesta obra està subjecta a la llicència Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 2.5 Espanya de Creative Commons. Ets lliure de copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra, sempre que reconegues l'autor i editor, no sigui utilitzada per a finalitats comercials o generi una obra derivada d'aquesta.



Per citar aquest document, pots usar la referència:

Panagiotoupoulou, Roy (2010): *La participació ciutadana en els Jocs Olímpics* [article en línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB.  
[Data de consulta: dd/mm/aa]. URL:  
<[http://ceo.uab.cat/pdf/panagiotopoulou\\_cat.pdf](http://ceo.uab.cat/pdf/panagiotopoulou_cat.pdf)>

- © Del contingut, 2005 Roy Panagiotoupoulou
- © De l'edició, 2010 Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB)

ISBN: 978-84-693-6212-9

# Sumari

1. Els voluntaris olímpics: concepte i evolució .....	1
1.1. La importància del moviment dels voluntaris en l'organització dels Jocs Olímpics .....	2
1.2. Incentius i particularitats del voluntarisme .....	3
1.3. Dades comparatives del desenvolupament de participació voluntària en els Jocs .....	4
1.4. Participació voluntària en els Jocs d'Atenes 2004 .....	8
1.4.1. El perfil dels voluntaris .....	8
1.4.2. Campanya de comunicació .....	10
2. Els portadors de la torxa: una oportunitat de promoció i participació internacional .....	12
3. Els ciutadans: seguidors dedicats dels Jocs .....	12
4. Espectadors: participants actius, seguidors entusiastes .....	14
5. Audiència: participants inactius però dedicats .....	16
6. Conclusions .....	17
 Bibliografia .....	 20
Pàgines web relacionades .....	22



La idea d'introduir un festival cultural i artístic en la celebració dels Jocs Olímpics va sorgir als inicis del Moviment Olímpic. Aquest moviment va ser fundat l'any 1894 pel

Els Jocs Olímpics són l'únic esdeveniment esportiu basat en ideals específics i un moviment. Per aquesta raó, l'organització dels Jocs es basa en la participació i les contribucions de diferents grups de persones. Seria impossible dur a terme els Jocs Olímpics només amb atletes, ja que no serien Jocs Olímpics sinó qualsevol esdeveniment atlètic. A més a més, la gran popularitat que els Jocs van obtenir a partir de la segona meitat del segle XX es pot atribuir en part a la seva presència als mitjans de comunicació de masses i a la possibilitat de participar-hi. Deixant a una banda, òbviament, als atletes i la família olímpica que guarda relació directa amb la part competitiva de l'esdeveniment (el suport de cada esdeveniment esportiu i els competidors), els voluntaris, els ciutadans de la ciutat que duu a terme els Jocs, els visitants i, finalment, els portadors de la torxa olímpica, proporcionen la possibilitat de participar directament en els Jocs a qualsevol que no sigui atleta o que no estigui lligat d'alguna manera a la indústria esportiva. Sense voluntaris i altres participants, el Moviment Olímpic, que motiva la gent a participar al major i més vistós esdeveniment atlètic i cultural a nivell mundial, no podria existir. (Panagiotopoulou 2000a: 81-90, idem, 2000b).

## 1. Els voluntaris olímpics: concepte i evolució

El fet de ser voluntari en els Jocs Olímpics, segons es declara a l'informe oficial dels Jocs de les 25es Olimpíades de Barcelona el 1992, és similar a la percepció general del concepte i s'especifica de la següent manera: "Un voluntari és una persona que es compromet de manera individual i altruista per a col·laborar, posant-hi el millor de les seves capacitats en l'organització dels Jocs Olímpics, duent a terme les tasques que li són assignades sense rebre cap pagament ni compensacions de cap mena."<sup>1</sup>

Des de la Segona Guerra Mundial, l'organització dels Jocs Olímpics s'ha basat cada cop més en la contribució de voluntaris. L'evolució de la idea de la participació de voluntaris en

---

<sup>1</sup> Veure COOB'92. *Memoria Oficial de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992*. Barcelona: COOB '92, vol. 1, p. 381. És evident que els voluntaris ni tan sols reben una remuneració simbòlica; no obstant això, se'ls dóna compensacions com diplomes, uniformes, records, entrada gratuïta als Jocs, etc. Encara que, estrictament parlant, això és contrari als ideals del voluntari olímpic, ha estat una pràctica en curs des de començaments dels anys 90.

l'organització i la realització dels Jocs Olímpics es pot dividir en quatre llargs períodes en funció de la lògica dels mateixos Jocs i els canvis socials del moment (Moragas et al. 2000:135):

1. *Dels Jocs Olímpics d'Atenes el 1896 a Berlín 1936.*<sup>2</sup> Aquest període es caracteritza per la contribució anònima de voluntaris mitjançant un conjunt d'organitzacions i cossos (per exemple, els exploradors, l'exèrcit, etc.).
2. *De Londres 1948 a Montreal 1976.* L'esperit d'industrialització i evolució econòmica de la postguerra als països occidentals es trobava en posició dominant. La participació voluntària va anar creixent gradualment a través de les organitzacions tradicionals (exploradors, exèrcit) a més de la participació individual.
3. *De Lake Placid 1980 a Seül 1988.* La participació voluntària pren gradualment la forma actual. Els voluntaris segueixen cada cop més els suggeriments del comitè organitzador, i, des dels Jocs Olímpics de Los Angeles 1984 la seva importància és fonamental.
4. *D'Albertville i Barcelona 1992 a Atenes 2004.* En els darrers anys hem observat una consolidació del model en el qual el comitè organitzador és l'autoritat que s'encarrega dels voluntaris i els coordina. El creixement encara actiu de l'abast del comitè organitzador sumat a l'evolució dels Jocs en un esdeveniment atlètic i cultural ha desembocat en un creixement de la participació de voluntaris i els ha convertit en una condició necessària per l'organització dels Jocs.

### **1.1. La importància del moviment dels voluntaris en l'organització dels Jocs Olímpics**

La característica bàsica que diferencia els Jocs Olímpics dels altres grans esdeveniments esportius, radica en l'element ideològic de la promoció dels ideals olímpics. S'ha comprovat que els escampadors d'aquests ideals més constants i dedicats són els voluntaris. Molts dels que han estudiat els Jocs Olímpics han observat que no es podrien dur a terme sense la participació dels voluntaris perquè llavors no serien Jocs Olímpics, sinó un esdeveniment esportiu qualsevol. Els voluntaris són l'ànima i la força motora dels Jocs.

La importància del moviment voluntari a les Olimpíades es pot analitzar a partir d'unes perspectives determinades (Moragas et. al., 2000:151):

---

<sup>2</sup> En les Olimpíades de Berlín de 1936 els Exploradors van ser substituïts per les Joventuts Nazis i la participació de voluntaris era més una demostració del suport ideològic al règim que una participació basada en la lliure elecció per a promoure els ideals de les Olimpíades.

- *Política*: Expressa la unitat d'accions de temes relacionats amb un propòsit comú. Constitueix una nova forma de participació i expressió dels ciutadans en un gran esdeveniment públic.
- *Econòmica*: Amb el seu treball, els voluntaris contribueixen a reduir significativament les despeses (principalment sous). Sempre que hi hagi un entrenament suficient, es pot esperar una quantitat de persones amb habilitats i preparades per a treballar amb eficiència en altres sectors econòmics.
- *Cultural*: El voluntarisme expressa les característiques de la solidaritat i la cooperació amb diferents persones i de diferents orígens culturals. La comunicació i la cooperació entre persones s'ha enfortit gràcies al voluntarisme.
- *Atlètica*: La comunicació directa amb els atletes motiva als més joves a implicar-se en els esports i a la vegada ofereix un suport directe als atletes i a les seves federacions.

## 1.2. Incentius i particularitats del voluntarisme

Els incentius ètics i materials que motiven els voluntaris poden ser nombrosos i variats (Burns 2000:55-56). Pel que fa als incentius que motiven cada persona a escollir dedicar temps i energia als Jocs Olímpics, es podrien resumir de la següent manera (Roeninggen 2000: 184):

- És una experiència única en la vida.
- Formació i experiència valuoses (per exemple, parlar un altre idioma en un entorn internacional).
- Patriotisme – ajudar a promocionar la ciutat, la regió i el país.
- Lleialtat – ajudar a un club esportiu o organització que t'ha estat assignat.
- Fer nous amics i establir nous contactes.
- Comprendre bé informació o habilitats valuoses o significatives.
- Participar en un equip guanyador.
- Obtenir l'experiència en primera persona de treballar en una organització professional important.

El voluntarisme en els Jocs Olímpics no s'identifica necessàriament amb el de la filantropia, el medi ambient, altres organitzacions, etc. Les característiques particulars del voluntarisme dels Jocs Olímpics són les següents:

- Té una durada determinada.
- Ofereix la possibilitat de fer una contribució social barrejada amb l'entreteniment i conèixer gent a escala nacional i internacional.
- Permet que la gent jove obtingui experiència laboral o millori el seu currículum vitae.
- Implica la possibilitat de formar-se i especialitzar-se en diversos sectors econòmics.
- L'organització dels Jocs Olímpics té una importància simbòlica excepcional i, a més de l'experiència única obtinguda durant els Jocs, sovint ofereix recompenses socials importants i acceptació.
- Encara que els esports atlètics i competitius s'estan professionalitzant cada cop més, la contribució del servei dels voluntaris ajuda als col·lectius esportius i a les federacions a controlar les despeses i a crear a la vegada un grup fort de seguidors.

### 1.3. Dades comparatives del desenvolupament de la participació de voluntaris en els Jocs Olímpics

El nombre de persones que han oferit suport voluntari als Jocs Olímpics ha augmentat significativament des dels anys 80. Els diagrames i les taules següents mostren dades comparatives referents al desenvolupament del nombre de voluntaris en els Jocs Olímpics d'hivern i d'estiu.

Diagrama 1

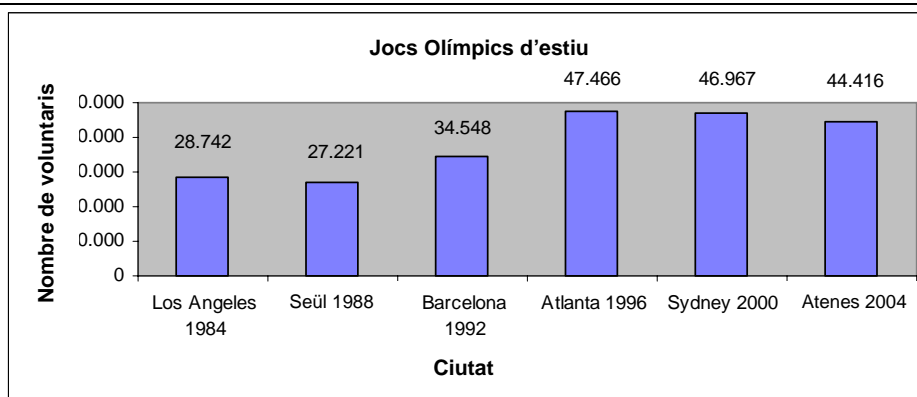
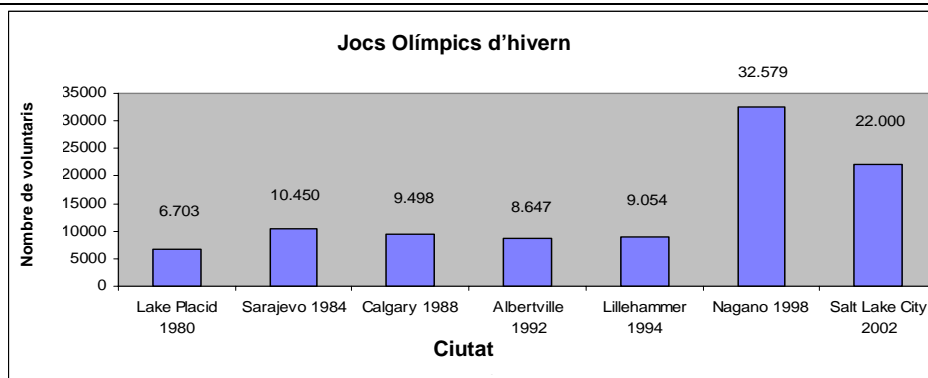




Diagrama 2



Taula 1 | Desenvolupament del nombre de voluntaris des de 1980 a 2004 (en milers)

A. Jocs Olímpics d'estiu

Ciutat	Nombre de voluntaris	% diferència
Los Angeles 1984	28,742	
Seül 1988	27,221	-5.3
Barcelona 1992	34,548	26.9
Atlanta 1996	47,466	37.4
Sydney 2000	46,967	-1.1
Atenes 2004	44,416	-5.4

B. Jocs Olímpics d'hivern

Ciutat	Nombre de voluntaris	% diferència
Lake Placid 1980	6,703	
Sarajevo 1984	10,450	35.9
Calgary 1988	9,498	-10.0
Albertville 1992	8,647	-9.8
Lillehammer 1994	9,054	4.5
Nagano 1998	32,579	73.5
Salt Lake City 2002	22,000	-32.4

**Font:** 1980-1998: M. de Moragas, A. Belen Moreno and R. Paniagua (2000), "The Evolution of Volunteers at the Olympic Games", M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds.), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Olympic Committee, Lausanne, p. 144-145.  
2000: [http://www.olympic.org/uk/games/past/index\\_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2000](http://www.olympic.org/uk/games/past/index_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2000).  
2002: [http://www.olympic.org/uk/games/past/index\\_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2002](http://www.olympic.org/uk/games/past/index_uk.asp?OLGT=1&OLGY=2002).  
2004: ATHOC, General Division of Volunteers, Provisional Official Report, Athens, Desembre 2004 (mimeo en grec).

Es podria considerar que, des de començaments dels anys 80, ha començat un nou període pel que fa a l'organització dels Jocs Olímpics. La participació en augment de voluntaris i l'índex d'audiència televisiu han proporcionat l'oportunitat de la "participació directa" d'un nombre més i més gran de persones que no són atletes i han garantit la consolidació del suport internacional per l'esdeveniment. La participació dels voluntaris olímpics en els Jocs d'estiu va augmentar regularment durant els anys 90, període en el qual es pot observar que les xifres mostren un lleuger estancament. Això no es pot atribuir a una mancança de la voluntat de participar (veure Taula 2), però abans de tot cal tenir en compte l'avaluació de la relació despeses-beneficis del treball voluntari, a més d'una sèrie de factors externs com: por a un possible atac terrorista; la crisi econòmica; epidèmies; etc. que van portar a una determinació més precisa de necessitats dels voluntaris o a pagar les tasques.

És clar que l'augment del nombre de voluntaris crea a la vegada una nova sèrie de problemes d'organització i obligacions que s'han de planejar detalladament (per exemple: formació, sessions informatives, assignació de la localització i el transport de voluntaris, assumptes de seguretat, etc.); i suposa una organització sistemàtica que comença anys abans de dur a terme els Jocs. En la taula següent es mostren les dades importants referents a la planificació i reclutament de voluntaris en els Jocs d'estiu de 1990 endavant. El fet de tenir cada posició coberta amb voluntaris amb formació avui dia es reconeix com la condició prèvia principal per a emprendre els Jocs amb èxit.

**Taula 2 | Passos organitzatius i característiques del reclutament de voluntaris olímpics**

<i>Voluntaris</i>	<i>Ciutat olímpica</i>			
	<i>Barcelona 1992</i>	<i>Atlanta 1996</i>	<i>Sydney 2000</i>	<i>Atenes 2004</i>
<i>Necessitat estimada</i>	45,000	61,000	40,000	54,000
<i>Posada en marxa de la campanya d'informació</i>	1990	1995	1998	2002
<i>Data límit de sol·licitud</i>	Començaments 1992	Juny 1996	Maig 2000	Juliol 2004
<i>Sol·licituds rebudes</i>	102,000	250,000	200,000	165,000
<i>Sol·licituds acceptades</i>	35,000	60,422	50,000	57,000
<i>Sol·licituds confirmades</i>	34,541	47,466	46,967	44,416
<i>Programa de formació</i>	Comitè Consultiu i COOB	ACOG i Deeley Rechtman Communications	TAFE NSW (empresa privada)	ATHOC

**Sources:**

Barcelona 1992: Informe Oficial de les XXV Olimpíades, Barcelona 1992, vol. VII, Mitjanes, Objectius i Recursos, pp. 109, 12, 114, 121.

Atlanta 1996: Atlanta '96: Official Report of the Centennial Olympic Games, Staffing of the games, vol. I, pp. 421, 426, 427.

Sydney 2000: InfoSheet, Volunteers, SOCOG, Olympic Headquarters 1997, [www.olympics.org/eng/about/volunteers/recruitment/html](http://www.olympics.org/eng/about/volunteers/recruitment/html)

Athens 2004: ATHOC, General Division of Volunteers, Provisional Official Report, Athens, Desembre 2004 (en grec).

L'experiència de l'organització dels darrers quatre Jocs Olímpics demostra que la campanya informativa pels voluntaris i la primera distribució de la sol·licitud de participació comença dos anys abans de l'esdeveniment. Les sol·licituds ara s'accepten més i més a prop de la data de la cerimònia d'inauguració. Això és degut a que, mentre la preparació continua, més gent decideix de participar-hi, al mateix temps que queden clares les mancances de personal i habilitats a cada seu.<sup>3</sup> A més a més, des dels Jocs d'Atlanta, el comitè organitzador va decidir de fixar un nombre més elevat de sol·licituds atès que el procés de selecció, formació i assignació de voluntaris comporta una tasca complexa, costosa i llarga, que requereix procediments més i més complicats de planificació i coordinació amb els altres serveis del comitè organitzador com els esports i altres col·lectius i federacions esportives.

Els paràmetres bàsics en la formació de voluntaris difereixen significativament en les percepcions dominants en cada comitè organitzador així com les condicions locals. A Barcelona, els membres del COOB i altres cossos esportius constituïen un Comitè Consultiu, que empenia el programa de formació de voluntaris sencer (Clapes 1995, idem 2000). A Atlanta, sorgia de la cooperació entre l'ACOG i els sub-comitès de la cambra de comerç local, mentre que a Sydney la formació es va dur a terme per part de la companyia privada TAFE NSW en cooperació amb la Universitat de New South Wales (Cashman 2000: 291ff.). A Grècia, la formació dels voluntaris era responsabilitat única de l'ATHOC.

---

<sup>3</sup> Les àrees principals a les quals es dedicaren els voluntaris dels Jocs d'Atenes 2004 van ser: serveis pels espectadors, hospitalitat i acomodació, biblioteca i arxius; control de riscos; serveis econòmics; previsions; seguretat; transport; serveis mèdics; control antidòping; acreditació; funcionament de les instal·lacions; patrocinis; entrades; serveis de premsa, comunicació, el Relleu de Torxa, les cerimònies d'entrega de medalles, serveis lingüístics; Vila Olímpica; les zones de Premsa; relacions amb el protocol del CIO i els CONs; relacions públiques; càmping juvenil; esdeveniments atlètics. Els voluntaris per la cerimònia d'inauguració i de clausura van constituir una categoria especial.

#### 1.4. Participació voluntària en els Jocs d'Atenes 2004

A Grècia, un país en el qual el voluntarisme no és una pràctica social comuna, el reclutament voluntari<sup>4</sup> s'havia de planejar detalladament, no només pel que fa a les diferents àrees d'habilitats necessitades, sinó també a les expectatives dels voluntaris i la importància social que havien d'assumir. La importància d'això no va finalitzar amb el bon funcionament dels Jocs Olímpics, sinó que es va estendre cap a la creació d'una experiència positiva en relació amb la participació en una base voluntària per donar suport a altres objectius o exigències (Panagiotopoulou 2003; Kikou 2002).

##### 1.4.1. El perfil dels voluntaris

En el cas d'Atenes, la gestió i la col·locació de voluntaris en diverses posicions i sectors d'activitat era responsabilitat de la Divisió General de Voluntaris, establerta per l'ATHOC a començaments de 2001 específicament per aquesta tasca.<sup>5</sup> A grans trets, la seva feina era organitzar la campanya per a reclutar voluntaris, elaborar les pautes pel concepte de la guia de formació per voluntaris i els seminaris de formació i, per damunt de tot, tramitar les sol·licituds dels voluntaris i vigilar la col·locació de cada voluntari de la millor manera possible. És a dir, la Divisió havien de satisfer les necessitats de diferents sectors d'activitat (65 pels Jocs Olímpics i 34 pels Paralímpics) que havien informat de la seva necessitat de tenir voluntaris, però havien de tenir en compte les preferències dels voluntaris.

La campanya de reclutament s'inicià a la fi de gener de 2001, quan es van entregar material informatiu. Exactament un any més tard, la primera sol·licitud oficial per a fer-se voluntari es va publicar a la premsa i a Internet. L'estratègia de comunicació es va dirigir a dues categories de voluntaris: a) voluntaris generals, b) Categories especials de voluntaris destinats a ajudar en les cerimònies d'inauguració i de clausura així com alguns voluntaris amb habilitats especials (intèrprets, metges, etc.).

---

<sup>4</sup> La societat civil no s'ha desenvolupat suficientment a Grècia atès que, des de la Segona Guerra Mundial, i des d'aleshores, la dominació de l'estat i els partits polítics no van permetre que cap Organització No Governamental (ONG) o grup no-polític per a iniciatives ciutadanes hi tingués cabuda. Els partits polítics mantenien el poder com a únics agents de la integració política i social de les masses. Segons una investigació duta a terme per l'Estudi Social Europeu l'any 2003 a escala nacional, el 79,5% dels grecs enquestats afirmaren que no havien participat en cap ONG. Aquest és el percentatge més baix d'Europa. Relativament, els següents percentatges s'han reportat en alguns països de la UE: Països Baixos 13,9%, Regne Unit 23,5%, Finlàndia 23,8%, Alemanya 24,7%, Itàlia 51,8%, Espanya 54,5% i Portugal 67,4%, (Panagiotopoulou i Papliakou 2005).

<sup>5</sup> En funcionament màxim anterior als Jocs, la Divisió General de Voluntaris van contractar 83 persones a jornada completa, a més de 17 entrevistadors, 30 voluntaris. Durant els dies dels Jocs, el grup principal per a voluntaris tenia 34 persones per a la coordinació central i 54 responsables del voluntarisme per les diferents seus (ATHOC, Divisió General de Voluntaris, *Informe Provisional Oficial*, Atenes, desembre 2004 [en grec]).

El conjunt de sol·licituds es va completar a fi d'abril de 2004 i van ser un total de 165.511: grecs (65%), grecs de fora del país (10%) i estrangers (25%).<sup>6</sup> Aquesta participació sense precedents per un país en el qual l'experiència de treball voluntari i participació en una ONG és excepcionalment limitada, es pot atribuir, segons la meua opinió, al fet que l'èxit dels Jocs Olímpics va esdevenir un objectiu nacional primordial. A més a més, la universalitat dels objectius i el fet que aquests Jocs van guanyar "autenticitat" perquè van "tornar a casa", van donar a l'esdeveniment un prestigi especial, principalment pels participants estrangers.

Per les cerimònies d'inauguració i de clausura, es van necessitar aproximadament 10.000 voluntaris, i van ser seleccionat a través d'un procés separat per part de la Companyia Jack Morton (la companyia que va organitzar les cerimònies).

El perfil social dels voluntaris que van participar en els Jocs Olímpics d'Atenes de 2004 es resumeix breument a continuació:

<b>Taula 3   Característiques demogràfiques dels voluntaris confirmats a Atenes 2004 (en %)</b>		
<b>Voluntaris confirmats</b>	<b>Jocs Olímpics</b>	<b>Jocs Paralímpics</b>
<b>Sexe</b>		
Masculí	45.4	39.8
Femení	54.6	60.2
<b>Grups d'edat</b>		
< – 18	4	8
18 – 24	38	30
25 – 34	30	28
35 – 44	13	14
45 – 54	8	10
55 – >	7	10
<b>Educació</b>		
-	5	12
Primària	3	4

<sup>6</sup> Les entrevistes van començar a Març del 2003 i fins a començaments de Juliol del 2004. Es van realitzar 91.017 entrevistes (individuals i telefòniques) per a col·locar un total de 57.018 voluntaris: 44.416 pels Jocs Olímpics i 12.602 pels Paralímpics. Es calcula que vora un 60% eren voluntaris en ambdós esdeveniments. Del total de sol·licituds, el 43% eren impreses i el 57% es van fer via Internet. Les retirades o rebuigs van arribar al 13,1% del total de sol·licituds. Veure ATHOC, Divisió General de Voluntaris, *Informe Provisional Oficial*, Atenes, desembre 2004 (en grec).

Secundària	43	39
Universitat	28	27
Postgraus	11	9
Altres titulacions	10	9
<b>Origen</b>		
Grècia	88	94
USA	1.7	0.8
Xipre	1,6	0.7
Alemanya	1.4	0.5
Gran Bretanya	1.1	0.5
Austràlia	1.0	1.5
Itàlia	0.5	-
Canadà	0.5	-
França	0.5	0.2
Espanya	0.4	0.2

**Font:** ATHOC, Divisió General de Voluntaris, *Informe Provisional Oficial*, Atenes, desembre 2004 (en grec).

La participació de les dones és clarament major que la dels homes i la presència de gent jove fins a 35 anys d'edat supera significativament (un 72% als Jocs Olímpics i un 66% als Paralímpics) a la de persones més grans.<sup>7</sup> La meitat dels participants tenien educació universitària. La gran majoria eren d'origen grec, i només un 12% estrangers. Aquest baix percentatge principalment és causa d'una incapacitat de la Divisió de Voluntaris per tramitar a temps, però també de la desgana d'alguns sectors d'integrar voluntaris estrangers en els seus grups. Sembla que, en molts casos, les diferències lingüístiques, culturals i de distància van produir problemes funcionals i comunicatius que no hi va haver a Atlanta i Sydney, ambdós països de parla anglesa.

#### 1.4.2. Campanya de comunicació

La campanya de comunicació per a reclutar voluntaris va tenir una durada d'uns tres anys i va utilitzar els mitjans més contemporanis per formar una campanya publicitària. Més específicament, les diferents activitats estan resumides en la taula següent:

<sup>7</sup> A Barcelona es van donar característiques d'edat similars, on el 84,2% dels voluntaris tenien 35 anys o menys (*Informe Oficial dels XXV Jocs Olímpics de Barcelona 1992*, vol. VII: 119). D'altra banda, a Sydney aquest grup d'edat era el 41% (Brettel 2000: 198). És evident que en països amb una societat civil desenvolupada, la participació de gent gran és major.

<b>Taula 4   Campanya de comunicació pel reclutament de voluntaris</b>	
<i>Mitjà</i>	<i>Activitat</i>
<i>Anuncis televisius</i>	3 anuncis generals, 2 anuncis especials de promoció d'esports i transport
<i>Ràdio</i>	4 anuncis de ràdio
<i>Prensa</i>	a) Diverses publicacions durant tot el període b) Anunci especial sobre el dia internacional del voluntarisme el 5.12.2003 c) Anunci especial d'agraïment a la fi del període de reclutament
<i>Publicacions</i>	a) Publicació corporativa especial sobre voluntaris b) Butlletí informatiu <i>Moments dels voluntaris</i> . 4 números c) Butlletí especial diari a cada seu durant el període dels Jocs
<i>Promoció indirecta</i>	a) testimonis dels voluntaris dels esdeveniments de prova b) entrevistes amb els membres VIP
<i>Esdeveniments</i>	2 esdeveniments de prova (rem i vòlei platja el 2003) 3 festes de voluntaris després dels Jocs
<i>Internet</i>	Secció especial a la web oficial
<i>Kit de benvinguda</i>	Amb material informatiu (Guia etc.)
<i>Regals</i>	Pins col·lectius, tiquets, un rellotge Swatch

**Font:** ATHOC, Divisió General de Voluntaris, Informe Oficial Provisional, Atenes, desembre 2004 (en grec).

La formació dels voluntaris d'Atenes 2004 constava de tres fases: formació bàsica; formació a les seus i als esdeveniments de prova; i formació especialitzada a cada sector d'activitat separatament. A causa dels considerables retards en la finalització de moltes seus de competició, en molts casos la formació a les seus va tenir lloc en forma d'esbós només uns dies abans de la inauguració dels Jocs. Tot i així, i malgrat la relativament breu experiència dels voluntaris, van poder dur a terme les tasques que se'ls van assignar amb una efectivitat excepcional que es va reconèixer a escala internacional.

## 2. Els portadors de la torxa: una oportunitat de participació i promoció internacional

El relleu de la torxa es va dissenyar per passar per totes les ciutats que havien organitzat els Jocs anteriorment i va proporcionar un gran impuls per la promoció dels Jocs Olímpics en general i d'Atenes en particular. El relleu de la torxa, en el seu viatge internacional pels cinc continents, va tenir una durada de 78 dies, va passar per 26 països, i 3.600 portadors de la torxa van dur la flama. La flama va tornar a Grècia per a continuar el seu viatge de 43 dies per tot el país, on unes 7.700 persones van dur la torxa ([www.athens2004.com/en/Athens2004OlympictorchRelay](http://www.athens2004.com/en/Athens2004OlympictorchRelay)). Un total de 260 milions de persones van tenir l'oportunitat de veure el relleu de la torxa (Jaquin 2004: 7). Per primera vegada el relleu de la torxa va rebre una àmplia publicitat i la demanda per fer-se portador de la torxa va anar més enllà del que s'esperava. Òbviament, això va ser l'incentiu bàsic de les dues companyies – els patrocinadors Coca Cola i Samsung – per prendre l'organització del relleu.<sup>8</sup>

## 3. Els ciutadans: seguidors dedicats dels Jocs

Fins i tot durant el període en el qual Grècia era candidata a amfitriona dels Jocs Olímpics, una destacada majoria de l'opinió pública grega estava a favor de rebre els Jocs Olímpics a Atenes.<sup>9</sup> Aquest optimisme per la candidatura d'Atenes va continuar palesa durant els Jocs i després. Segons els sondejos, des del 2001, l'opinió pública, respecte als Jocs Olímpics, va mostrar una tendència a l'alça. Per exemple, a setembre de 2004, l'actitud positiva davant dels Jocs Olímpics va assolir la seva xifra màxima (un 89%, mentre que al 2001 era d'un 75,4%, al 2002 un 77,2% i al 2003 un 78,6%) (Vernardakis 2004a: 81, idem. 2004b: 3).

---

<sup>8</sup> La intensa comercialització que va adquirir l'organització del relleu de la torxa (amb els logotips de les companyies pertot, molts treballadors que ho planejaven tot amb l'únic criteri de tenir les millors condicions per filmar, etc.) no complien ni amb les declaracions de l'ATHOC referents a la limitació de l'explotació comercial dels Jocs Olímpics, ni amb l'esperit de participació i reconciliació simbolitzat per la flama olímpica (MacAloon 2004: 16).

<sup>9</sup> A juliol de 1996 es van dur a terme dos sondejos diferents d'opinió pública referents a la candidatura d'Atenes com la propera amfitriona dels Jocs Olímpics. Un el va fer la companyia VPRC i un 93% acceptava l'organització dels Jocs a Atenes (la posició negativa era d'un 4%), i l'altre va estar a càrrec de la companyia MRB i mostrava un percentatge d'acceptació d'un 96,2% (amb una posició negativa del 2,5%), (Vernardakis, 2004a: 79-80).



El 1997, quan Atenes va aconseguir fer-se propera amfitriona, pocs grecs estaven preocupats per la imatge internacional del seu país i encara menys s'adonaven dels grans beneficis que comporta tenir una imatge positiva. Va ser durant els darrers quatre anys que aquest assumpte començà a interessar cada cop a més ciutadans.<sup>10</sup> Després dels Jocs, el percentatge de grecs que esperaven que hi hagués una millora de la imatge del país i que ho consideraven el major avantatge que podia provenir dels Jocs Olímpics, va arribar al 51% (setembre 2004).<sup>11</sup> Aquesta tendència demostra, d'una manera eloqüent, en primer lloc, la influència exercida per part del sistema de comunicació global sobre els ciutadans mitjançant la proclamació dels Jocs Olímpics com una realitat construïda pels mitjans de masses i promocionada al màxim nivell possible (Real 2004: 19-21). En segon lloc, els ciutadans es van adonar de les possibilitats que oferia la internacionalització de la indústria de la comunicació com a element central del sistema global de relacions econòmiques que havia de ser explotat de la manera més eficient possible.

Els Jocs d'Atenes van rebre el suport d'una àmplia majoria social i va constituir l'esdeveniment amb el consens més gran i tenaç de la història contemporània de post-guerra del país, i possiblement dels Jocs Olímpics. Els Jocs van portar intensos raonaments ideològics i visionaris com "són un honor pel país", "són la celebració més important de la Grècia moderna", i "faran revifar la noció de l'Olimpisme", que van tenir un gran impacte en la majoria dels grecs (Vernardakis, 2004b: 6). I, encara més, els Jocs Olímpics es van presentar com un mitjà que tornaria a unir els grecs de dins i de fora del país amb un objectiu nacional comú. Els ideals de l'Olimpisme (que els grecs coneixen molt bé i que constitueixen una part de la seva educació nacional), ofereixen una base ideològica estable sobre la qual es podria basar una xarxa de perspectives polítiques, econòmiques, diplomàtiques i possiblement de desenvolupament.

Per tant, els Jocs Olímpics estaven interconnectats a la identitat nacional i finalment van ser escollits com l'única oportunitat que podria garantir una imatge nova i millor del país en un àmbit internacional. La percepció de la continuïtat de la història grega i els lligams intactes de la Grècia moderna amb l'Antiguitat<sup>12</sup> oferien l'argument principal que es va promocionar

---

<sup>10</sup> El percentatge de tothom qui volia millorar la imatge del país, que sovint estava lligada a creixements de l'activitat turística, no va superar el 22% (2001: 21,4%, 2002: 17,2%, 2003: 18,1%), veure MRB – VPRC, *Panhellenic poll concerning the image of the Olympic Games for the years 2001, 2002 and 2003*.

<sup>11</sup> Vegeu MRB – VPRC, *Panhellenic poll concerning the image of the Olympic Games* pels anys 2001, 2002, 2003 i setembre de 2004, [www.vprc.gr](http://www.vprc.gr)

<sup>12</sup> Pel que fa a la percepció de la continuïtat de la història grega, M. Llewellyn Smith (2004: 260-261), manté que hi ha lligams forts entre Grècia i els Jocs Olímpics que no es perdran mai, com el nom, el record de la rivalitat atlètica, la universalitat dels Jocs antics,

intensament durant la cerimònia d'inauguració dels Jocs d'Atenes. La tremenda acceptació social dels Jocs Olímpics va reemplaçar el petit nombre d'opinions crítiques, va justificar les conseqüències econòmiques i les intervencions possiblement negatives pel que fa al medi ambient, i, a més a més, va legitimar les dificultats diàries resultants dels treballs en progrés i els retards (Vernardakis 2004a: 92).

Aquesta acceptació social generalitzada sempre va ser un dels punts forts a favor de la candidatura d'Atenes pels Jocs. Penso que és un dels factors determinants que ajudaran al país a superar el primer any post-Olímpic d'inèrcia, de nostàlgia, d'estudiar com es pot explotar el llegat olímpic, de les càrregues econòmiques addicionals i que, a més a més, contribuirà en la creació d'una nova memòria col·lectiva referent a aquest esdeveniment.

#### 4. Espectadors: participants actius, seguidors entusiastes

Abans que els Jocs s'atorguessin a Atenes, la imatge de la ciutat promocionada pels mitjans internacionals no era positiva. En gran part, això va seguir així durant tot el període de preparació fins, aproximadament, un mes abans de la inauguració dels Jocs.<sup>13</sup>

Els retards importants en la finalització dels projectes arquitectònics en combinació amb les preocupacions de seguretat dels Jocs van donar lloc a un ambient negatiu sense precedents en els mitjans internacionals de masses, el qual, en lloc de disminuir a mesura que la inauguració dels Jocs s'aproximava, es va fer més intens.<sup>14</sup> Aquests resultats negatius constants són un paràmetre important per la imatge de la ciutat olímpica, especialment quan la ciutat amfitriona pertany a un país petit que no té un grup de pressió internacional poderós, com a

---

alguns esdeveniments atlètics, etc., mentre que els suposats lligams incloent la cerimònia sagrada de l'encesa de la flama, la treva olímpica, etc., són rituals creats en temps moderns.

<sup>13</sup> La contaminació de l'aire, el trànsit caòtic, escombraries als carrers, l'absència d'un caràcter urbà arquitectònic i cultural particular a la ciutat, etc. són els aspectes negatius més destacats. Prou sovint, aquest criticisme estereotípic combinat amb sòlids prejudicis, que no van aconseguir reconèixer algunes millores graduals a la ciutat (un nou Metro, rotació del trànsit, i altres) estaven molt lligats a l'activitat turística i als problemes que els turistes es van trobar a Grècia (Waterfield 2004: 322-323).

<sup>14</sup> Pel que fa a la seguretat, molts articles eren exagerats i sovint injustos. Grècia va finançar els sistemes de seguretat més moderns, va cooperar amb l'OTAN i experts dels Estats Units, de Gran Bretanya i d'Israel i finalment va invertir una gran suma (més de 1.000 milions d'euros) no prevista en les despeses d'organització originals. Les crítiques també es van centrar en els retards de les seues olímpiques i de la construcció d'infraestructures. Veure *Times of London* 13 abril, 2004, i 16 maig, 2004, *Financial Times* 6 maig, 2004, *The Guardian* 16 gener, 2004, 30 març 2004, 6 maig, 2004 i 14 maig, 2004.

resultat del qual molts esforços per l'organització dels Jocs i per la millora de la ciutat no s'han reconegut.

Tant l'ATHOC com el govern grec no van aconseguir organitzar una estratègia de comunicació efectiva que contindria i canviaria l'atmosfera negativa general en aquells moments.<sup>15</sup> Aquesta situació, combinada amb diversos esdeveniments internacionals (atacs terroristes a zones properes com Madrid i Istanbul, la guerra d'Iraq, el SARS, l'augment del valor de l'euro en relació al dòlar, l'augment de les tarifes dels hotels atenesos, etc.) va descoratjar la gent que podia haver estat interessada a visitar Grècia per les Olimpíades.<sup>16</sup> A més a més, l'excel·lent cobertura dels Jocs Olímpics tant en termes d'abast com de qualitat van tenir un impacte negatiu a l'hora d'animar els visitants a veure els Jocs en persona. El resultat va ser que no van anar tants visitants com s'esperava a Grècia, i el turisme continuava a un nivell excepcionalment baix.

En els sis mesos anteriors als Jocs, la premsa grega mantenia la mateixa posició de controvèrsia i crítica negativa com els mitjans internacionals de masses. Potser aquesta posició, combinada amb embolics a llarg termini; la incertesa de si tot estaria enllestit, si l'organització respondria a demandes de l'estranger, on només s'havien rebut comentaris negatius; a més de les vacances d'estiu imminents, inicialment va crear una atmosfera de reserva i d'indiferència pels Jocs Olímpics per part dels grecs. Aquest ambient de moderació és molt diferent comparat al d'altres anys i es podria atribuir a l'ansietat general de la població atenesa, o de tot el país.

Els sentiments van començar a canviar amb l'èxit inesperat de Grècia en la competició de futbol EURO 2004 al mes de juliol i els primers dies d'agost, quan la ciutat va adoptar la seva imatge festiva. Potser això explica l'interès tardà dels grecs per la compra d'entrades. Quan els

---

<sup>15</sup> Finalment, a juny de 2004, l'ATHOC va començar a emprendre activitats publicitàries a l'estranger. La campanya publicitària estava adreçada sobretot a la televisió, i també a la premsa internacional. Més concretament, la campanya, amb un missatge central de "Benvinguts a Casa" i un anunci televisiu de 50 segons, es va emetre als canals de televisió NBC, ITV, CHANNEL4, CHANNEL5, FRANCE2, FRANCE3, CANAL+, ZDF, RTL, RTL2, ARD, SAT1, KABEL1, VOX, PRO7, veure [www.athens2004.com](http://www.athens2004.com).

<sup>16</sup> Indicativament, l'índex d'ocupació dels hotels a la zona d'Atenes durant juliol de 2004 fou un 12% menor que el dels hotels de Sidney en el mateix període quatre anys enrere (Delezos 2004: N14), quan va arribar a un 84,4%. Segons els analistes de Deloitte, "en termes del nombre de visitants, la indústria turística havia estimat que les Olimpíades atraïrien uns 2 milions de turistes més a tot el país durant els mesos d'estiu. Tanmateix, les xifres preliminars suggereixen que en realitat hi arribaren menys de la meitat d'aquest nombre. La quantitat de visitants durant l'any anterior a juliol de 2004 es va veure reduïda un 12%, però no va ser un descens inesperat, atès que els turistes "habituals" van decidir d'evitar les multituds i els preus elevats. En el cas d'Atenes, les preocupacions en augment per la seguretat i la publicitat estesa que es va fer sobre els projectes arquitectònics inacabats previs als Jocs segurament van desanimar alguns visitants." Vegeu, "Athens hoteliers hiked Aug 04 rates by 261%", 24.9.2004, [www.e-tid.com/pma/22384](http://www.e-tid.com/pma/22384), última visita: 18 de novembre de 2004.

mitjans grecs i internacionals van començar a promocionar el costat positiu dels Jocs l'atmosfera va canviar i, finalment, a les acaballes dels Jocs, hi va haver un rècord en la venda d'entrades.<sup>17</sup> En general, els grecs i els seus visitants van gaudir els "seus" Jocs amb molt d'entusiasme assistint a molts esdeveniments culturals (exhibicions, festivals de música, teatre, etc.) i celebrant-los pels carrers amb festes fins la matinada. Però aquests Jocs, des de la perspectiva dels espectadors, van ser un assumpte fonamentalment grec.

## 5. Audiència: participants inactius però dedicats

Les dades de transmissions dels Jocs d'Atenes són sorprenents. Segons les afirmacions de Jacques Rogge, el president del CIO, i les dades de l'Athens Olympic Broadcasting (AOB), la cobertura televisiva dels Jocs Olímpics d'Atenes es va transmetre a més de 300 canals de televisió de 220 països d'arreu del món. Als Jocs Olímpics de tot el món, es va dedicar un total de 44.000 hores de cobertura.<sup>18</sup> Això va situar els Jocs de Grècia de 2004 al primer lloc dels més transmesos de la història, atès que 3.900 milions de persones (un nombre sense precedents) tenien accés a les proves (en comparació als 3.600 milions d'espectadors de Sydney). La cobertura en directe va augmentar i l'AOB va produir 4.000 hores de competicions d'esports en directe que es van transmetre a més de la meitat de les estacions transmissores. La cobertura en horaris de màxima audiència va ser un 55% major que la de Sydney, més específicament, la transmissió va arribar al 21% del total d'hores dedicades als Jocs d'Atenes (13% a Sydney) (Exarchos 2005). Hi havia un augment significatiu en la diversitat d'opcions disponibles per als espectadors donat que més canals televisiu de satèl·lit i per cable van dedicar tota la seva programació a la cobertura olímpica les 24 hores del dia. Segons el President del CIO, "Atenes ha establert un nou punt de referència amb l'audiència més alta, la qualitat espectacular de les imatges, la cobertura esportiva ampliada, noves tecnologies i, estic encantat de dir-ho, un alt nivell de satisfacció entre els nostres companys titulars de drets." (Rogge 2004a: 1).

---

<sup>17</sup> En els Jocs d'Atenes, es van vendre uns 3,5 milions d'entrades (Rogge 2004b: 1). Els primers dos dies, l'assistència d'espectadors era limitada fonamentalment a alguns jocs de classificació. Del 15 d'agost en endavant, les seues estaven plenes. El nombre total d'entrades venudes va ser major que en els Jocs de Barcelona i Seül, països amb poblacions evidentment majors que Grècia. Moltes entrades que es van donar als patrocinadors i a les famílies olímpiques no es van utilitzar, un fenomen que també es va veure en Jocs anteriors (Preuss 2004: 169).

<sup>18</sup> En relació a Jocs anteriors, les hores de cobertura dedicada van ser 29.600 a Sydney a 2000, 25.000 a Atlanta a 1996, 20.000 a Barcelona a 1992. És a dir, es va observar un augment en l'ordre del 49% en relació als anteriors Jocs de Sydney, (Exarchos 2005).

Globalment, l'espectador mitjà veia unes 12 hores de Jocs Olímpics. A Europa, el temps mitjà arribava a les 14 hores (50% més que als Jocs de Sydney), a França a les 17 hores, a Alemanya a les 11, a Grècia a les 17,5, a Espanya a les 15 i al Regne Unit a les 13 hores. Tots els països van augmentar el temps mitjà de visió en relació a Sydney (Rogge 2004a: 2).

Als Estats Units, l'augment de l'índex televisiu dels Jocs Olímpics va ser molt important. Uns 203 milions d'espectadors van veure algunes parts dels Jocs d'Atenes. El nombre total d'espectadors va augmentar un 15% en comparació al dels Jocs de Sydney. Segons els índexs d'audiència dels Estats Units, els programes de l' NBC sobre els Jocs Olímpics es trobaven en les primeres posicions. A més a més, la transmissió dels Jocs dels canals per cable van atraure uns 60 milions d'espectadors més (Rogge 2004a: 2).

Tanmateix, el Japó va ser el país que va superar totes les expectatives pel que fa al temps de l'espectador. Va transmetre unes 700 hores de programació televisiva i tots els espectadors van veure una mitjana de 29 hores de la cobertura dels Jocs Olímpics. Es va observar un interès similar en els xinesos que van veure una mitjana de 9 hores per espectador i en va atraure un total d'aproximadament 85 milions.

En resum, des de la perspectiva de l'audiència televisiva, els Jocs Olímpics d'Atenes 2004 van ser un èxit rotund. Van justificar els esforços dels tècnics i dels periodistes per oferir una cobertura completa i els alts preus que van haver de pagar els canals de televisió pels drets dels Jocs. La favorable diferència de temps entre Grècia, la resta d'Europa i els Estats Units va contribuir a aquest èxit, ja que va facilitar la cobertura en directe.

## 6. Conclusió

La possibilitat que tants ciutadans com sigui possible participin en diferents àrees d'activitat en l'organització i l'engegada dels Jocs Olímpics és una de les característiques bàsiques dels Jocs d'Atenes. A més a més, el Moviment Olímpic, és a dir, la possibilitat de participació en proves atlètiques amb el suport d'ideals específics, és l'element que diferencia els Jocs Olímpics d'altres esdeveniments atlètics nacionals i els garanteix suport global i visibilitat.

El voluntaris olímpics formen la part més activa del Moviment Olímpic i donen a l'esdeveniment la presència vívida de gent normal que, mitjançant les seves accions, enriqueix l'esdeveniment amb varietat i una dimensió "del dia a dia" amb la qual milions de persones de tot el planeta es poden identificar i a través de la qual els mitjans poden escriure històries amb un element humà. A més a més, han demostrat ser extremadament útils perquè poden reduir els costos d'organització dels Jocs que, durant els darrers vint anys, han estat augmentant tremendament.

Les activitats dels voluntaris requereixen una planificació, una organització i una formació oportunes tant pel que fa als ideals olímpics com per cadascuna de les posicions que s'han de cobrir. Fins ara, aquest treball ha estat en mans d'una sèrie d'agències en els Jocs Olímpics del passat. Cada estratègia nacional està determinada fonamentalment per les necessitats locals del comitè organitzador però també per l'experiència prèvia dels ciutadans en activitats voluntàries a ONGs.

Més específicament, en els Jocs d'Atenes, l'experiència prèvia dels voluntaris era molt limitada. No obstant això, els Jocs Olímpics constitueixen una part del patrimoni cultural del país. A més a més, el suport quasi panhel·lènic dels Jocs va constituir la base de la qual els organitzadors van poder motivar voluntaris, especialment joves, amb el resultat final de la presència reeixida dels voluntaris tant als Jocs Olímpics com als Paralímpics de 2004.

La gestió de la imatge del país en els mitjans internacionals no va ser efectiva. Això també es devia a la conjuntura internacional (atacs terroristes, el valor en augment de l'euro, la crisi econòmica, les epidèmies (SARS), etc.). El resultat va ser que Atenes no podia tenir l'augment de turisme que hi va haver en casos com Barcelona i Sydney. Tot i que Barcelona i Sydney van poder promocionar eficaçment la seva imatge a l'estranger, Atenes va poder atraure una audiència televisiva sense precedents.

Les noves opcions, a causa de l'arribada de noves tecnologies de televisió, per mirar els Jocs inicien un nou assumpte, que és, fins a quin punt el futur dels Jocs Olímpics podran assegurar els elevats nombres de visitants com va passar en els anys 80 i els 90. El cas d'Atenes no és suficient per demostrar aquesta tendència; tanmateix, podria ser una indicació de què podria

succeir en el futur. Això podria influir en la disponibilitat de voluntaris i encara més la positura dels ciutadans de la ciutat amfitriona, qui podrien necessitar motius molt sòlids i passió pels Jocs i els esports com el que els atenesos van demostrar.

## Bibliografia

- ATHOC, General Division of Volunteers, Provisional Official Report, Athens, December 2004 (mimeo en grec).
- Atlanta '96: Official Report of the Centennial Olympic Games*, Staffing of the Games, vol. I.
- Brettel D. (2000), "Sydney '2000", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp. 195-204.
- Burns, L. (2000), "The International Organizations and the Future of Volunteers", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp. 55-59.
- Cashman R. (2000), "The University as a Recruiting Agency", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp. 287-290.
- Clapes A. (1995), « The Volunteers of Barcelona '92: The great festival of participation », a: M. de Moragas and M. Botella (eds), *The Keys to Success. The social, sporting, economic and communications impact of Barcelona '92*, Centre d' Estudis Olímpics I de l'Esporte, Barcelona, pp. 165-180.
- Clapes A. (2000), « Barcelona '92 », a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp.177-182.
- COOB'92. *Memoria Oficial de los Juegos Olimpicos de Barcelona 1992*. Barcelona: COOB '92, Vol. 1, p. 381
- Delezos K. (2004), «High prices keep tourists away», a newspaper *Ta Nea*, 17.5.2004, p. N14 [en grec].
- Exarchos G. (2005), "Olympic Games and television. The global image and the Greek Heritage" R. Panagiotopoulou (ed.), *Athens 2004: Post-olympic Considerations*, Department of Communication and Media Studies, University of Athens, Athens pp. 1-15 [en grec].
- InfoSheet, Volunteers, SOCOG, Olympic Headquarters 1997,  
[www.olympics.org/eng/about/volunteers/recruitment/html](http://www.olympics.org/eng/about/volunteers/recruitment/html)
- Jaquin P. (2004), "The Games returning home", a: *Special Sportel Diffusion 2004*, p. 7.
- Kikou O. (2003), The Athens 2004 Volunteer Programme and its Implications for Citizen Mobilization: The Greek Case", a: M. de Moragas, Chr. Kennett, N. Puig (eds), *The Legacy*



*of the Olympic Games 1984-2000*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2003 pp. 444-449.

Llewellyn Smith M. (2004), *Olympics in Athens 1896: The Invention of the Modern Olympic Games*, London: Profile Books.

MacAloon J.J. (2004), "Los Juegos Olímpicos y la globalización", a: newspaper *La Vanguardia*, 8.8.2004, p. 16.

Moragas, M. de, A. Belen Moreno and R. Paniagua (2000), "The Evolution of Volunteers at the Olympic Games", M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds.), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Olympic Committee, Lausanne, p. 144-145.

Moragas M de, A. Belen Moreno, C. Kennett (2003), "The Legacy of the Symbols: Communication and the Olympic games", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno and N. Puig (eds) *The Legacy of the Olympic Games. International Symposium Lausanne 2002*, Documents of the Museum, Lausanne: IOC, p. 279-288.

MRB – VPRC, *Panhellenic poll concerning the image of the Olympic Games* for the years 2001, 2002, 2003, [www.vprc.gr](http://www.vprc.gr)

MRB –VPRC (2004), *The Image of the Olympic Games*, Panhellenic poll conducted between 17 and 27.9.2004, Athens, September 2004 (mimeo) [en grec].

Official Report of the XXV Olympiad Barcelona 1992, vol. VII, The means, Objectives, Resources.

Panagiotopoulou R. (2000a), "The Notion of Volunteerism in the Modern Greek Society and the Challenge of the Olympic Games", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp. 81-91 [en anglès].

Panagiotopoulou R. (2000b), *Volunteering and the Olympic Games. International Experience*, vol. I, Athens ETEBA Publication 2000 p. 184 (mimeo) [en grec].

Panagiotopoulou R. (2003a), "Volunteering Non Governmental Organizations in Greece and the Olympic Volunteers", a: Chr. Vernardakis (ed.), *Public Opinion in Greece. Research - 2003*, Athens VPRC Publishing, 2003, pp.111-148 [en grec].

Panagiotopoulou R. (2003b), " 'Join us in Welcoming them Home': The Impact of the Ancient Olympic Games' Legacy in the Promotion Campaign of the Athens 2004 Olympic Games", a: M. de Moragas, Chr. Kennett, N. Puig (eds), *The Legacy of the Olympic Games 1984-2000*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2003 pp. 346-352.

- Panagiotopoulou R. and V. Papliakou (2005), "Facets of Social Capital in Greece", a *European Social Survey: Results form Greece*, Athens National Center for Social Research, [pròximament en grec].
- Roeninggen, P. (2000), "Past Experiences: Lillehammer '94", a: M. de Moragas, A. Belen Moreno, N. Puig (eds), *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*, International Symposium Lausanne, International Olympic Committee (IOC), Lausanne 2000, pp.183-187.
- Preuss H. (2004), *The Economics of Staging the Olympics. A Comparison of the Games 1972-2008*, Cheltenham: Edwars Elgar.
- Real M. (2004), "The Political Economy of the Olympics: History and Critical Theory in the Modern Games": *Zitimata Epikoinonias*, vol.1, No.1, p. 7-23 [en grec].
- Rogge J. (2004a), "Global TV Viewing of Athens 2004 Olympic Games Breaks Records", 15<sup>th</sup> International Sports Television Convention, Monaco, 12 October 2004, [www.olympic.org/uk/news/olympic\\_news/full\\_story\\_uk.asp?id=1117](http://www.olympic.org/uk/news/olympic_news/full_story_uk.asp?id=1117)
- Rogge J. (2004b), "I am a very happy IOC President", interview 29.8.2004, [www.athens2004.com/el/LatestNews/newslist?item=4ac042b938aef00VgnVC](http://www.athens2004.com/el/LatestNews/newslist?item=4ac042b938aef00VgnVC), consultat: 30.8.2004.
- Vernardakis Chr. (2004a), "Greek public opinion and the organization of the Olympic Games: National Consent and Critical Voices", a: *Zitimata Epikoinonias*, vol. 1, No. 1, p. 79-92 [en grec].
- Vernardakis Chr. (2004b), "Greek public opinion and the organization of the Olympic Games", a: Conference *The Olympic Games of Athens 2004: Evaluation and Prospects*, organized by VPRC, Athens 18.11.2004, p. 1-15, [en grec].
- Waterfield R. (2004), *Athens. From Ancient Ideal to Modern City. A History*, New York: Basic Books.

## Webs relacionades:

- [www.athens2004.com](http://www.athens2004.com).
- [www.e-tid.com/pma/22384](http://www.e-tid.com/pma/22384),
- [www.athens2004.com/en/Athens2004OlympicTorchRelay](http://www.athens2004.com/en/Athens2004OlympicTorchRelay)
- [www.vprc.gr](http://www.vprc.gr)

## La participació ciutadana en els Jocs Olímpics

Aquest text presenta les oportunitats de participació indirecta dels individus en els Jocs Olímpics, un esdeveniment esportiu únic basat no només en ideals específics, sinó que també continua un moviment i preveu la participació de diferents grups de persones. Els voluntaris han demostrat ser els millors difusors dels ideals olímpics. Des de principis dels 80, s'ha percebut l'estabilitat i el creixement de l'oferta de voluntaris en els Jocs Olímpics i en el relleu de la torxa. Aquesta tendència causa una sèrie de problemes organitzatius i obligacions (p.e., formació, informació, distribució i transport dels voluntaris en els esdeveniments, seguretat, etc.), que en cada organització es tracten en relació a les condicions i necessitats locals. A més, les xifres d'audiència televisiva augmenten d'una Olimpíada a l'altra. La segona part d'aquest text està centrada en la participació dels voluntaris, els portadors de la torxa i els atenesos en els Jocs Olímpics d'Atenes 2004. També descriu la visió global dels Jocs Olímpics de 2004.

**Roy Panagiotopoulou**  
University of Athens, Grècia



Centre d'Estudis Olímpics  
Universitat Autònoma de Barcelona

Edifici N. 1a. planta  
08193 Bellaterra (Barcelona)  
Espanya

Phone +34 93 581 1992  
Fax +34 93 581 2139

<http://ceo.uab.cat>  
[ceoie@uab.cat](mailto:ceoie@uab.cat)